

ABSTRAK

Perkembangan teknologi keuangan (*fintech*) semakin meluas di era digital saat ini dan telah memberikan dampak yang signifikan pada industri perbankan, terutama melalui aplikasi seperti DANA. Faktor-faktor seperti gaya hidup, perilaku konsumen, dan literasi keuangan juga turut memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap aplikasi DANA. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana interaksi antara *lifestyle* terhadap *customer loyalty* dengan variabel *customer behavior* dan *financial literacy* sebagai mediasi pada pengguna aplikasi DANA generasi Z.

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna aplikasi DANA generasi Z dengan rentang usia 10 – 25 tahun. Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS), untuk mendapatkan data ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan hasil sampel yang digunakan sebanyak 120 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan dari *lifestyle* terhadap *customer behavior*, *lifestyle* terhadap *financial literacy*, *lifestyle* terhadap *customer loyalty*, *customer behavior* terhadap *customer loyalty* dan *financial literacy* terhadap *customer loyalty*. Selain itu, didapatkan hasil bahwa *customer behavior* secara signifikan menjadi mediasi hubungan antara *lifestyle* terhadap *customer loyalty* dan *financial literacy* secara signifikan menjadi mediasi hubungan antara *lifestyle* terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: Teknologi keuangan, Gaya Hidup, Loyalitas Pelanggan, Perilaku Konsumen, literasi keuangan.